



rijksuniversiteit
 groningen



Hanze Hogeschool
 Groningen
 University of Applied Sciences

Kennisnetwerk Krimp Noord-Nederland

VIER JAAR KENNISNETWERK KRIMP NOORD-NEDERLAND

WAT HEEFT HET OPGELEVERD EN HOE NU VERDER?



provincie
 groningen

provincie Drenthe

provinsje fryslân
 provincie fryslân





Inleiding

Vier jaar geleden verzochten de drie noordelijke provincies aan de Hanzehogeschool Groningen en de Rijksuniversiteit Groningen om een netwerk op te richten waar professionals kennis over krimp kunnen halen en brengen. Eén loket: van het Noorden, voor het Noorden. Dit verzoek heeft geleid tot het Kennisnetwerk Krimp Noord-Nederland (KKNN).

Het KKNN zou onder meer het volgende bieden: een website, database, kennismakelaarsfunctie, kleinschalige themabijeenkomsten, samenwerking, een overzicht geven van onderzoeken en een onderzoekagenda ontwikkelen. Dit is vertaald in de drie pijlers van het KKNN, te weten: kennisnetwerk, kennisdelen en kennis ontwikkelen.

Ten tijde van de oprichting van het KKNN moest het onderwerp 'krimp' bij veel organisaties nog geagendeerd worden. Daarbij viel op dat er sprake was en nog steeds is van verschillende snelheden (zowel qua demografische verandering, agendering als beleidsplannen) tussen de provincies, maar ook binnen de provincies zelf. Zo hebben de topkrimpregio's in Groningen een ander tempo dan de anticipeerregio Oost-Drenthe en is de anticipeerregio Noordoost Fryslân verder met het beleid en de aanpak dan de anticipeerregio Noordwest Fryslân.

3

Waar staat het KKNN nu?

De laatste jaren laten een omslagpunt zien, van agenderen naar uitvoeren. Binnen het KKNN is de aandacht dan ook verschoven van algemene kennisdeling over krimpthema's naar kennisdeling over projecten die in uitvoering zijn. Daarbij worden ook veldexcursies georganiseerd naar projecten in uitvoering. Ook wat betreft de kennisvragen is een verschuiving opgetreden van 'waarom' vragen naar 'hoe' vragen.

Sinds de lancering van het KKNN (op 29 november 2010) is er stevig aan de weg getimmerd. Het netwerk is flink gegroeid van honderd naar ruim achthonderd professionals. Het kennisdelen middels de krimpcafés blijkt een groot succes. Financiering van onderzoek om de kennisvragen die binnen het netwerk spelen beantwoord te krijgen verloopt minder succesvol dan gehoopt.

Waardering voor het KKNN?

Om inzicht te krijgen in hoe het KKNN gewaardeerd wordt, is in juni 2014 een korte digitale enquête naar de contacten uit de KKNN database gestuurd (787), met het verzoek voor 30 juni te reageren. Gezien het gegeven dat er slechts eenmalig een invulverzoek is verstuurd, is de respons (191 respondenten = 24%) goed te noemen. Echter niet alle respondenten hebben de hele enquête ingevuld. Twee derde van de respondenten (127) heeft dit wel gedaan, en alleen die resultaten kunnen worden weergegeven. De enquête resultaten worden hieronder gepresenteerd volgens de drie pijlers van het KKNN.

4



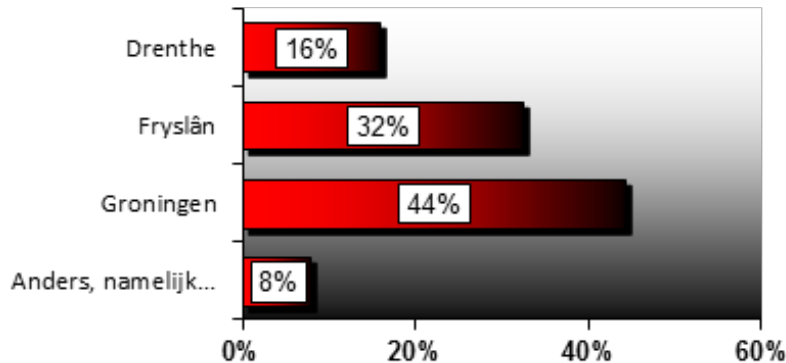
Pijler 1: Kennisnetwerk: opzetten en onderhouden van een noordelijk netwerk

Inmiddels heeft het KKNN ruim achthonderd contacten, zijn er achttien goed bezochte krimpcafés georganiseerd en wordt de formule inmiddels ook in Zeeland en Zuid-Holland gebruikt. Tevens zijn tien expertmeetings georganiseerd en is invulling gegeven aan de vraagbaakfunctie van het KKNN.

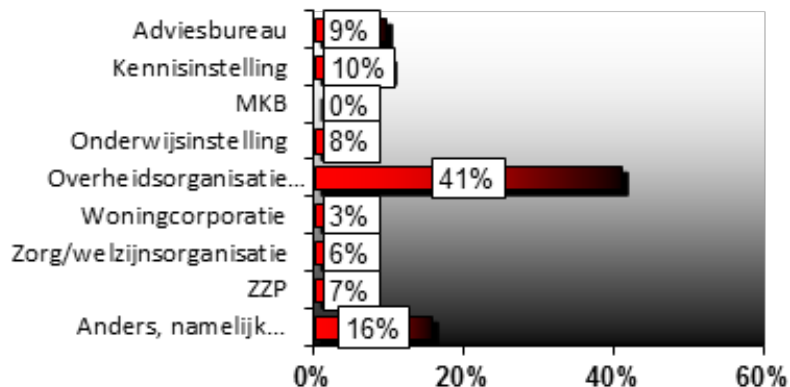
Enquête: respondenten in beeld

De meeste respondenten zijn gehuisvest in Groningen, gevolgd door Fryslân en Drenthe. Dit komt overeen met de samenstelling van de KKNN database.

In welke provincie is uw organisatie gehuisvest?



Bij welk soort organisatie bent u werkzaam?



6

Missen de respondenten organisaties binnen het KKNN?

87% van de respondenten is van mening dat de juiste partijen vertegenwoordigd zijn binnen het KKNN. Slechts 13% geeft aan dat ze nog organisaties missen binnen het KKNN. Meest genoemde partijen onder die respondenten zijn:

- Zorgpartijen
- Partijen uit de bouw
- Niet zozeer organisaties, maar vooral inwoners zelf
- Ondernemers

Pijler 2: Kennisdelen: verzamelen, presenteren en toepassen van kennis

Zesenzestig personen hebben tijdens de achttien krimpcafés hun ervaringen/kennis gedeeld over de krimp gerelateerde projecten en onderzoeken waar zij bij betrokken zijn. Van deze krimpcafés zijn ook beeldverslagen gemaakt en tevens twee gebundelde publicaties. Naast de website vindt informatie uitwisseling plaats via thematische nieuwsbrieven (elf) en gesprekken die de KKNN projectleider heeft met mensen uit het netwerk (en daarbuiten).

Enquête: de vormen van kennisdelen

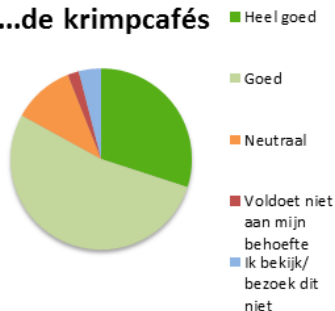
Het kennisdelen via de zogenaamde krimpcafés kent de meest positieve waardering (30% heel goed, 53% goed) en ook kennisdelen via de nieuwsbrieven wordt zeer positief gewaardeerd. Van twitter maken de respondenten het minst gebruik.

Wat vindt u van het delen van informatie via...	Heel goed	Goed	Neutraal	Voldoet niet aan mijn behoefte	Voldoet helemaal niet aan mijn	Ik bekijk/ bezoek dit niet
...de krimpcafés	30%	53%	11%	2%	0%	4%
...de nieuwsbrieven	17%	70%	12%	1%	0%	1%
...Twitter	2%	18%	24%	11%	5%	40%
...(beeld)verslag krimpcafés	9%	52%	24%	7%	2%	6%
...de website	10%	52%	26%	2%	1%	9%

Een analyse van de antwoorden leert dat de scores in de drie provincies met elkaar overeenkomen, al zijn er lichte afwijkingen. Zo maken de Friese respondenten meer gebruik van twitter dan de respondenten uit Drenthe en Groningen.

Uitgelicht: krimpcafés

...de krimpcafés



“De kracht van de krimpcafés vind ik toch de kennis die je in korte tijd opdoet, met de combinatie van netwerken. Altijd ontmoet ik relevante personen voor mijn werk tijdens de cafés. En de persoonlijke verhalen in combinatie met meer abstracte informatie bekijken toch het meest.”

“Ik vind de opzet van de krimpcafé XL-bijeenkomsten geslaagd: laagdrempelig, gevarieerd, goede ontmoetingsplek.

“Krimpcafés zijn erg waardevol, vanwege inhoud en netwerk.”

8

Andere manieren van kennisdelen

Op de vraag ‘of er andere manieren van kennisdelen zijn die het KKNN zou kunnen benutten?’ zegt 87% van de respondenten dat zij geen andere manier kan bedenken, 13% geeft aan die wel te zien en geeft de volgende suggesties:

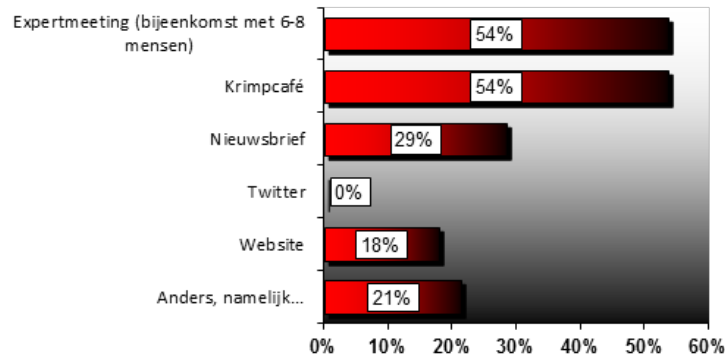
- Regionale televisie erbij betrekken, ludieke activiteiten organiseren.
- Meer onderscheid maken in de verschillende doelgroepen en de informatie daarop aanpassen.
- Artikelen in regionale en nationale vakbladen (Blauwe Kamer, S+RO, Ruimtevolk, etc.).

Onderwerpen/thema's

Op de vraag of er een onderwerp is waarover men meer informatie wil ontvangen, antwoordt 22% van de respondenten ‘ja’. Meest genoemde onderwerpen zijn:

- Burgerparticipatie in relatie tot de drie grote decentralisaties (WMO, ouderenzorg, Jeugdzorg).
- Krimp en woningbouw (koop woningen, duurzaamheid, coöperaties).
- Nieuwe innovaties in krimpgebieden.
- Hoe om te gaan met onderwijs/scholen kwesties.

Interessant is het antwoord op de vraag hoe dit onderwerp dan het best behandeld zou kunnen worden:



9

Daaruit blijkt een grote voorkeur te bestaan om na te denken in kleine groepjes, een concept dat nu ook al in de workshops tijdens de krimpcafés wordt toegepast. Tevens worden expertmeetings voor genodigden georganiseerd.



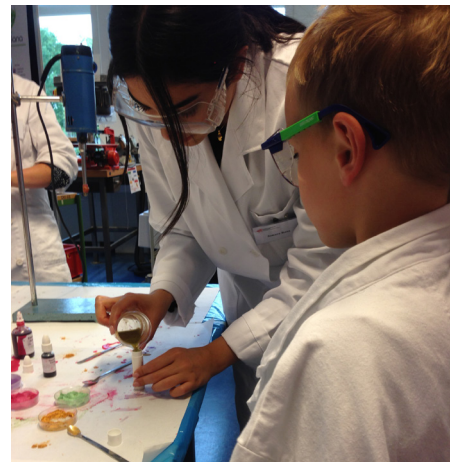
Pijler 3: Kennis ontwikkelen: ontwikkelen en uitvoeren van onderzoek

In mei 2012 is de Noordelijke Kennisagenda Krimp gepubliceerd en in september 2013 is een geactualiseerde Kennisagenda gemaakt. Inmiddels is een vierjarig onderzoek naar duurzaam burgerinitiatief gestart, en is een voorzieningenonderzoek in Noordoost Fryslân afgerond. Ook via deelname aan samenwerkingsprojecten zoals de 'Academische werkplaats Publieke Gezondheid Noord-Nederland' en het Europese 'USP-AGE: Urban Strategic Planning for Active and Healthy Ageing' worden vragen die in Noord-Nederland leven beantwoord.

Welke vragen willen de respondenten graag beantwoord zien?

De antwoorden op de vragen over de Noordelijke Kennisagenda Krimp geven een aantal interessante inzichten. Zo willen de respondenten de vragen over overheidsparticipatie graag beantwoord zien en zichzelf zijn ook actief aan de slag om deze beantwoord te krijgen. De werking van mechanismen achter meer en minder sociaalkrachtige regio's heeft ook absoluut de interesse, maar de antwoorden hierop worden niet zelf gezocht.

10



	Zou vraag graag beantwoord zien	Probeert vraag zelf beantwoord te krijgen
Overheidsparticipatie/burgerinitiatief : Hoe activeer je burgers, hoe faciliteer je dat?	46%	44%
Overheidsparticipatie/burgerinitiatief : Wat is de relatie tussen burgerinitiatief en leefbaarheid? Wat zegt dit over de rol die overheden (gemeenten) en maatschappelijke organisaties moeten spelen?	48%	37%
Overheidsparticipatie/burgerinitiatief : Wie heeft de regie? Als dit niet de overheid is, wat doet de overheid dan wel? En hoe?	57%	35%
Toegang tot mobiliteit: Bepaalde groepen mensen blijven achter vanwege beperkte mobiliteit (bijv. door vastzittende woningmarkt). Wat betekent dat voor de vitaliteit in een gebied?	24%	11%
Toegang tot mobiliteit: Zijn inwoners van krimpgebieden mobiel en flexibel genoeg om aansluiting te houden/vinden bij de arbeidsmarkt?	17%	9%
Toegang tot mobiliteit: De problematiek van de onderkant van het particuliere eigen woningbezit. Wat is de impact hiervan en wat zijn oplossingsrichtingen? En hoe financieren we de aanpak van leegstand?	30%	13%
Toegang tot mobiliteit: Voorzieningen: wat is het keuzegedrag van mensen? Zijn er andere soorten voorzieningen nodig? Leidt de clustering van voorzieningen tot een andere mobiliteitsinfrastructuur?	36%	15%
Mechanismen achter meer en minder sociaal krachtige krimpregio's Waarom werkt bevolkingsdaling in sommige gebieden anders dan in andere? Waarom ontstaan er krimpgebieden met meer of minder sociaal kapitaal, wat zijn de mechanismen die daar werken?	35%	15%
Mechanismen achter meer en minder sociaal krachtige krimpregio's Wanneer en waar zijn de gevolgen van krimp een probleem, en wanneer/waar niet?	43%	14%
Mechanismen achter meer en minder sociaal krachtige krimpregio's Wie moet het probleem oplossen, en hoe?	24%	9%
Geen van deze vragen	2%	24%

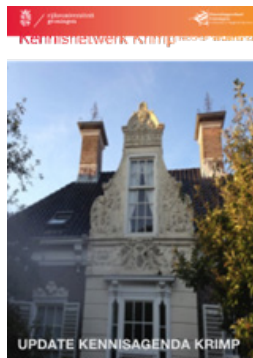
Overigens tekent zich hier wel een klein verschil tussen de noordelijke provincies af. Zo zijn de respondenten uit Drenthe het sterkst geïnteresseerd in de mechanismen achter meer en minder sociaalkrachtige regio's. De Friese respondenten zijn het vaakst van mening dat er nog relevante onderzoeksvragen ontbreken voor het omgaan met de gevolgen van krimp. De Drentse respondenten zijn het minst (vaak) van mening dat er nog relevante onderzoeksvragen ontbreken.

Welke onderzoeksvragen ontbreken?

31% van de respondenten geeft aan dat er nog onderzoeksvragen ontbreken, zoals:

- Krimp in relatie tot behoud van een goede zorginfrastructuur en zorgaanbod.
- Verbinden van de KKNN onderwerpen met de transities die spelen binnen het sociale domein.
- Het aanpassen van bestaand woningbezit (zowel particulierbezit als corporatiebezit) ten behoeve van het langer zelfstandig thuis blijven wonen en thuis verzorgd worden. Hoe kunnen gemeenten, corporaties en particulieren deze gezamenlijke uitdaging aangaan?
- Wat zijn voor krimpregio's perspectiefrijke (nieuwe) economische activiteiten? En kun je deze activiteiten per dorp thematiseren/concentreren zodat ze elkaar kunnen versterken? Of is juist diversiteit van belang? Welke rol/betekenis kan het groeiende aantal ZZP-ers hebben voor lokale gemeenschappen en omgekeerd?
- Is het mogelijk een verdienmodel te maken van de krimpgelden (in plaats van het verstrekken van subsidies)?

12



Wat wilt u nog kwijt?

De helft van de respondenten heeft deze open vraag ingevuld. Op één reactie na zijn de reacties zeer positief:

- “KKNN doet de juiste dingen en brengt daarmee het onderwerp en de gevolgen daarvan goed naar voren. Prettig om mee samen te werken.”
- “Prima idee, graag doorgaan.”
- “Het is een mooi broeinest van kennisdelen, netwerken en inspiratie.”
- “Zeer waardevol netwerk; doorgaan, dit is zaak van lange adem.”
- “Ik zou graag zien, dat het KKNN uitgebreid wordt met krimpregio's, niet alleen in Noord-Nederland.”
- “Goede organisatie, met actuele onderwerpen, goede netwerkvorming. Ga zo door! “
- “Nuttig, verbindend over de traditionele domeinen heen.”
- “Blij dat deze organisatie er is, iets meer profileren naar bijv. dorpsbelangen zou een goede uitbreiding zijn.”

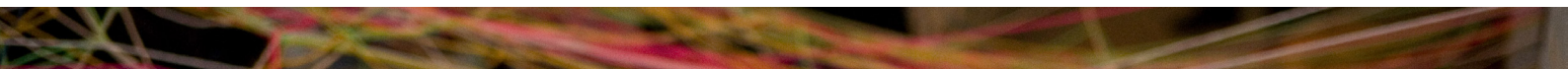
13

En met de volgende reactie gaat het projectbureau van het KKNN aan de slag:

- “De rol van de bewoners moet meer aandacht krijgen. Bewoners ondervinden de gevolgen van de krimp direct en zij moeten nog meer aan bod komen. Beleidsmakers moeten veel meer communiceren met bewoners (de ervaringsdeskundigen).”

De toekomst van het Kennisnetwerk Krimp Noord-Nederland

‘Krimp’ staat inmiddels goed op de agenda, maar de behoefte aan kennisuitwisseling is nog steeds groot, omdat de partners in het kennisnetwerk volop bezig zijn met de uitvoering. Noord-Nederland loopt voorop met experimenteren. Daarin vervult het KKNN op dit moment een belangrijke rol.



Daarom hebben de grondleggers van het KKNN (de provincies Drenthe, Fryslân en Groningen, de Hanzehogeschool Groningen en de Rijksuniversiteit Groningen) besloten om ook de komende vier jaren hun (financiële) inzet voor het KKNN te handhaven. Concreet betekent dit dat drie pijlers van het KKNN uitgebouwd zullen worden. Ingezet wordt op een verbreding van de doelgroepen (zoals ondernemers, partijen uit de bouw) en het vaker aan het woord laten van inwoners in krimpcafés. Daarnaast wordt ingezet op het uitdiepen van een bepaald thema, om uiteindelijk tot advisering over dat thema te komen. Meer landelijke profilering is gewenst, om te laten zien wat in Noord-Nederland ontwikkeld wordt. Tot slot vraagt het vinden van financiering om de vragen uit de Noordelijke Kennisagenda Krimp beantwoord te krijgen, extra inspanning.

De inzet voor de komende vier jaar wordt vastgelegd in een nieuw projectplan voor de periode maart 2015 - februari 2019, en in een jaarlijks activiteitenprogramma die door de Stuurgroep van het KKNN vastgesteld worden.



Kennisnetwerk Krimp

Noord-Nederland

KALENDER 2015

Januari 2015							Februari 2015							Maart 2015							April 2015							Mei 2015							Juni 2015																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
Nr.	Ma	Di	Wo	Do	Vr	Za	Nr.	Ma	Di	Wo	Do	Vr	Za	Nr.	Ma	Di	Wo	Do	Vr	Za	Nr.	Ma	Di	Wo	Do	Vr	Za	Nr.	Ma	Di	Wo	Do	Vr	Za	Nr.	Ma	Di	Wo	Do	Vr	Za	Nr.	Ma	Di	Wo	Do	Vr	Za																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
1				1	2	3	4	5						1	9						14							1						23	1	2	3	4	5	6	7																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
2	5	6	7	8	9	10	11	6	2	3	4	5	6	7	8	10	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	24	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
3	12	13	14	15	16	17	18	7	9	10	11	12	13	14	15	11	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
4	19	20	21	22	23	24	25	8	16	17	18	19	20	21	22	12	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
5	26	27	28	29	30	31		9	23	24	25	26	27	28		13	23	24	25	26	27	28																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
															14	30	31																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Juli 2015							Augustus 2015							September 2015							Oktober 2015							November 2015							December 2015																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
Nr.	Ma	Di	Wo	Do	Vr	Za	Nr.	Ma	Di	Wo	Do	Vr	Za	Nr.	Ma	Di	Wo	Do	Vr	Za	Nr.	Ma	Di	Wo	Do	Vr	Za	Nr.	Ma	Di	Wo	Do	Vr	Za	Nr.	Ma	Di	Wo	Do	Vr	Za	Nr.	Ma	Di	Wo	Do	Vr	Za																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
27				1	2	3	4	5						36							40							40							44																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
28	6	7	8	9	10	11	12	32	3	4	5	6	7	8	9	37	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	43	19	20	21	22	23	24	25	47	16	17	18	19	20	21	22	52	21	22	23	24	25	26	27																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
29	13	14	15	16	17	18	19	39	10	11	12	13	14	15	16	38	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	39	21	22	23	24	25	26	27	40	26	27	28	29	30	31																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									

kennisnetwerkkrimp.nl